

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. (2022). Komunikai AntarAbidin, S. (2022). Komunikai Antar Pribadi. In PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Pribadi. In *PT. Literasi Nusantara Abadi Grup*.
- Alfi, I., & Saputro, D. R. (2019). Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 193–210. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1397>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arifin, S. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Churn Rate Pada Perusahaan Telekomunikasi Menggunakan Metode Support Vector Machines (Studi Kasus: Pt Telekomunikasi Xyz). In *Tesis*.
- Arisetiana, E., T Simamora, P. R., & Perwirawati, E. (2023). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.46930/socialopinion.v8i1.3136>
- Ashari, U. (2022). (*CLC*) *DALAM MEMPROMOSIKAN KAMPUNG INGGRIS BANGKINANG-RIAU SKRIPSI*. *Clc*.
- Farid, A. (2024). *manajemen komplain dan customer care dalam administrasi rumah sakit*. PT Gramedia Pustaka Utama,.
- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, N. H. A. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Hardjanti, A., & Amalia, D. (2014). The Influence of Customer Service Quality, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Trust And Switching Barriers On Customer Retention. *Jurnal Ekonomi*, 5(1), 1–12.
- HENDRI, E. (2022). *KOMUNIKASI PERSUASIF* (Anwar Holid (ed.)). PT Remaja Rosdakarya.
- Hukum, C. J., Shakira, S. A., & Fazil, M. (2024). *Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dalam Membangun Citra Positif Pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe*. 2(4), 833–839.
- Isaak, L. L., Sukarelawati, & Setiawan, K. (2024). Personal Selling PT. Telkom Caringin Melalui Komunikasi Persuasif Dalam Peningkatan Penjualan Produk IndiHome. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1265–1285. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11552>

- Mabrur, A. K., Anwar, & Ruma, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Ompo Kabupaten Soppeng. *Jurnalbisnis,Manajemen,Daninformatika (JBMI)*, 19(2), 143–159. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v19i1.23514>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v1i1.130>
- Masriadi, M., Hasan, K., Andyna, C., & Bahri, R. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif Petugas Kementerian Agama Kabupaten Aceh Tamiang Dalam Memberikan Informasi Pembatalan Ibadah Haji 2020-2021 Pada Calon Jamaah Haji. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 8(2), 99. <https://doi.org/10.37064/jki.v8i2.10726>
- Paramitha, H., & Doho, Y. D. B. (2021). Pengaruh Konten Instagram Ads @Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(2), 119. <https://doi.org/10.37535/104001220213>
- Plus, P. P. I. (2024). About Us – PT PLN Icon Plus. <https://plniconplus.co.id/about-us>
- Prameswari, Y. A. (2018). Penerapan Elaboration Likelihood Model (ELM) Dalam Memproses Pesan Penyuluhan Pertanian Organik. 1–69.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rika Widianita, D. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF JARINGAN GUSDURIAN DALAM MENYEBARKAN NILAI-NILAI KEMANUSIAAN MELALUI MEDIA SOSIAL. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII (Issue I)*.
- Rosyada, D. (2020). *penelitian kualitatif untuk ilmu pendidikan*. KENCANA.
- Setya Prihatining Tyas, Nazlah Azzahra, Bernika Meilani Ifada, & Noerma Kurnia Fajarwati. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 16–22. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i2.956>
- Subhani, S., Harinawati, H., Ali, M., & Maulidayanti, M. (2021). NEGOSIASI PEMBELI DAN PEDAGANG DI PASAR TRADISIONAL GEUDONG (Studi pada Penjual Pakaian Dewasa di Kecamatan Samudera Kabupaten Aceh Utara Periode Bulan Januari- Mei 2021). *Jurnal Jurnalisme*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.29103/jj.v10i1.4884>

- Syahputri, H. (2022). *Strategi Komunikasi Customer Care Pt Telkom Witel Ridar Dalam Mempertahankan Pelanggan Indihome*. UNIVERSITAS ISLAM RIAU PEKANBARU.
- Syamsiyah, S., Suhariyanto, & Fitriyanti, A. (2024). Kontekstualitas Elaboration LIKELIHOOD Model pada Model Komunikasi Gerakan Santri Menulis. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 16(1), 1–24. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v16i1.3116>
- Ummah, M. S. (2019). MANAJEMEN LAYANAN PELANGGAN. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). WIDINA MEDIA UTAMA. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484 _SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2018). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 16–25.
- Zamzami, & Sahana, W. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. In *Journal Educational Research and Social Studies: Vol. Volume 2 N*.